

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. Teori Strategi

###### a. Pengertian Strategi

Strategi adalah suatu rencana untuk menggapai hasil yang ingin dituju dengan sasaran dan target perusahaan tersebut. Strategi dibutuhkan oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya untuk mencapai posisi yang layak. Kesuksesan perusahaan guna menggapai keinginannya membutuhkan strategi yang tepat. Strategi adalah suatu program untuk meraih tujuan, tetapi juga untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan dalam menjalankan kegiatannya.

Menurut Chandler (1962) strategi adalah metode untuk menjangkau tujuan perusahaan yang dimaksudkan untuk misi jangka panjang, dalam memanfaatkan sumber energi yang ada. Selanjutnya, strategi diarahkan dan disusun dengan baik untuk bagaimana organisasi atau perusahaan tersebut untuk memanfaatkan agar dapat mempengaruhi lingkungan serta memilih upaya pengorganisasian internal. Dari gambaran diatas dapat didefinisikan bahwa strategi adalah suatu metode yang mengkoordinasikan bagaimana setiap individu dapat bekerja sama dalam suatu organisasi dengan upaya mencapai tujuan organisasi tersebut. Dengan menggarisbawahi upaya kerja sama, maka strategi harus dapat menggambarkan jalan keputusan yang tepat dan terukur. Untuk itu keputusan yang tepat dan terukur merupakan dasar dari arah pencapaian suatu tujuan organisasi tersebut. Selain itu, strategi haruslah menciptakan sumber daya yang jelas, bukan hanya mencari keuntungan saja melainkan juga dapat menciptakan sumber daya lainnya seperti komitmen, identitas merek, produk, dan lain-lain.<sup>13</sup>

Menurut Morrisey (1995), strategi adalah metode untuk memutuskan kemana perusahaan akan mengambil tujuan utamanya dalam menentukan pasar, produk, dan layanan di masa depan. Strategi sangat dibutuhkan dalam membangun suatu perusahaan agar dapat berkembang dan terus bertahan disetiap usahanya. Para manajer atau pemimpin sering

---

<sup>13</sup> Mudrajad Kuncoro, *Strategi: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2005), 114.

mengalami kegagalan dalam memahami strategi terbaik yang akan digunakan oleh perusahaannya dalam bersaing dengan pesaing lainnya. Pada akhirnya, para pemimpin atau manajer bisnis sering membuat kesalahan ketika memilih strategi yang tepat, sehingga dapat berdampak negatif pada bisnisnya. Setiap pemimpin atau manajer harus memperhatikan setiap strategi yang akan digunakan guna untuk mengembangkan bisnisnya. Strategi perusahaan dapat dibangun di atas salah satu dari dua dasar strategi. Pertama, strategi utama atau juga dikenal sebagai *grand strategies* adalah kumpulan strategi perusahaan yang luas berfungsi sebagai landasan untuk menentukan strategi utama perusahaan. Kedua, bisnis dapat menggunakan strategi generik untuk mengungguli pesaing di sektor serupa. Setelah perusahaan memahami strategi generiknya maka untuk pelaksanaannya akan dilanjutkan dengan tahap-tahap vital fungsional lainnya.

Tujuan dari suatu strategi dalam suatu perusahaan adalah untuk menjaga dan mencapai suatu tempat yang menguntungkan dibandingkan dengan pesaing untuk masa depan atau jangka panjang. Misalnya, tujuan yang ingin dicapai adalah kemampuan untuk mencari keuntungan, posisi kompetitif, kemampuan teknologi, tanggung jawab sosial, dan peningkatan sumber daya manusia. Pada dasarnya, setiap bisnis memiliki pendekatan yang berbeda untuk operasionalnya. Namun, ada sejumlah strategi yang dapat digunakan dalam berbagai bisnis dan industri yang sudah dikenal oleh masyarakat umum. Strategi ini dapat digolongkan ke dalam strategi generik, pada prinsipnya strategi generik dibagi tiga macam yaitu :

1) Strategi Stabilitas (*Stability*)

Pada dasarnya, teknik ini menekankan untuk tidak memperluas jumlah barang, pasar, dan berbagai elemen perusahaan. Karena perusahaan masih berusaha untuk mengembangkan efektivitas di semua bidang untuk meningkatkan kinerja dan keuntungan. Sistem ini umumnya resikonya rendah dan cocok digunakan untuk produk yang berada dalam posisi maju.

2) Strategi Ekspansi (*Expansion*)

Pada dasarnya cara ini menekankan pada perluasan atau pengembangan barang, pasar, dan fungsi lain dalam perusahaan. Sehingga kegiatan usaha industri meningkat dan tingkat laba yang diraih menjadi lebih besar. Namun cara ini mengandung resiko kegagalan cukup besar.

### 3) Strategi Penciutan (*Retrenchment*)

Pada dasarnya, strategi ini digunakan untuk mengurangi produk yang dihasilkan, mengurangi pasar atau fungsi dalam perusahaan, khususnya yang mempunyai penghasilan negatif. Strategi ini biasanya diterapkan pada usaha yang berada dalam tahap penurunan. Penciutan ini bisa terjadi dikarenakan sumber daya yang perlu dikurangi lebih baik daripada di biarkan terus menerus. Biasanya prosedur ini digunakan untuk bisnis yang sedang berkembang.<sup>14</sup>

#### b. Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memperbaiki atau mengembangkan produk lama guna untuk memenuhi kepuasan para konsumen. Biasanya proses pengembangan produk dilakukan pada barang yang sudah ada sekaligus mencari inovasi guna untuk menambah nilai terhadap produk lama tersebut. Dengan adanya pengembangan produk maka perusahaan tersebut sudah tahu akan kebutuhan dan keinginan pasar. Menurut Kotler dan Armstrong, pengembangan produk adalah sistem untuk pengembangan perusahaan dengan menawarkan produk modifikasi atau produk baru ke sektor bisnis yang sudah ada. Pengembangan konsep produk menjadi produk fisik adalah suatu upaya dalam menjain bahwa ide produk tersebut bisa diubah menjadi produk yang bisa diwujudkan.

Pengembangan produk sangat penting bagi keberlangsungan hidup jangka panjang bisnis, terutama dalam menjaga kesetiaan pelanggan. Agar bisnis apapun dapat terus berkembang dan memenuhi kewajibannya, perlu memperbarui produk dan layanannya. Dalam industri yang kompetitif, ada dua tujuan utama agar menghasilkan inovasi dan nilai bagi pelanggan. Inovasi produk dapat terjadi sebagai akibat dari kebutuhan pembeli akan suatu produk atau sebagai hasil dari inovasi lain yang menghasilkan atau menumbuhkan barang baru yang kemudian dikenal pasar. Inovasi produk adalah kreasi baru produk oleh suatu perusahaan, baik yang sudah ada di pasaran atau belum. Harus ada produk baru untuk menggantikan produk lama yang sudah begitu populer sehingga pasar jenuh. Hal ini

---

<sup>14</sup> Abd. Rahman Rahim dan Enny Radjab, *Manajemen Strategi* (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), 19-21.

dapat berupa penggantian produk secara lengkap atau transformasi produk lama menjadi produk yang lebih *up to date* dan kontemporer dengan tujuan untuk meningkatkan permintaan konsumen terhadap produk tersebut.<sup>15</sup>

Bank syariah menganut prinsip syariah ketika ingin memajukan produk keuangan syariah, yaitu bahwa hukum (muamalah) dapat berubah dalam menanggapi pergeseran waktu, tempat, kondisi, kebiasaan, dan harapan. Bank syariah dapat menggunakan kaidah fikih ini sebagai titik awal pengembangan produk. Fatwa MUI yang ditentukan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) harus menjadi landasan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk produk perbankan yang disesuaikan dengan kondisi saat itu. Mereka dituntut untuk mematuhi peraturan syariah saat membuat produk untuk bank syariah. Bank syariah dapat mengeluarkan produk baru dengan syarat harus sesuai dengan standar syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Setiap produk yang dihasilkan oleh suatu bank syariah harus mematuhi semua aturan perizinan produk.

Pengembangan produk adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memberikan keuntungan, penambahan layanan dan pembaharuan produk atau jasa. Menurut Guiltinan dan Gordon, dalam memberikan panduan bagi keputusan produk dari usaha pengembangan produk harus ditandai dengan jelas. Untuk itu ada beberapa program pengembangan produk yang dapat digunakan dalam memenuhi sasaran yang spesifik yakni, sebagai berikut :<sup>16</sup>

#### 1) Program modifikasi lini produk

Perubahan pada produk biasanya dipilih dengan maksud untuk menaikkan penjualan dari lini yang sudah ada saat ini. Program semacam ini diperlukan untuk strategi pemasaran yang bermaksud mempertahankan pelanggan, memenuhi kebutuhan pembeli yang berubah, mengikuti penawaran dari pesaing, atau meningkatkan kepuasan pelanggan. Produk dapat diperbarui atau dikembangkan ulang untuk menambah manfaat atau meningkatkan kualitas produk untuk mencapai tujuan ini. Cukup dengan

---

<sup>15</sup> Wawan Dhewanto, *Manajemen Inovasi: Peluang Sukses Menghadapi Perubahan* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), 68-71.

<sup>16</sup> Danang Sunyoto, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service, 2015), 98-99.

mendorong pembelian untuk memenuhi kebutuhan dasar, program ini dapat meningkatkan penjualan.

2) Program perluasan lini produk

Tujuan dari program perluasan lini produk adalah untuk menjangkau segmen pasar baru. Ketika perusahaan saat ini tidak memiliki produk untuk ditawarkan, program ini dapat diterapkan baik untuk meningkatkan permintaan di antara calon konsumen produk atau untuk mengambil hati para pelanggan pesaing. Dalam keadaan ini, produk baru harus memiliki fitur yang berbeda dari yang sudah ada. Namun, perluasan produk hampir selalu berfungsi sebagai pengganti sebagian produk yang ada di industri tersebut sampai batas tertentu. Karena barang tersebut pada akhirnya memiliki tujuan yang sama.

3) Program produk komplementer

Produk komplementer yaitu produk yang dimanfaatkan bersama dengan barang yang telah ada. Produk ini bisa di kembangkan untuk memperluas penjualan barang maupun untuk memperkuat pertumbuhan penjualan di pasar yang dituju.

4) Program diversifikasi

Program diversifikasi adalah strategi penambahan item produk baru untuk melayani di sektor usaha yang baru. Program diversifikasi umumnya dirancang pada perusahaan baru di sektor bisnis baru guna untuk mencapai target yang ingin dicapai, seperti peluang pertumbuhan atau stabilitas penjualan.

Kehadiran bank syariah memberikan masyarakat berbagai pilihan untuk meraih pembiayaan yang tidak berpegang pada satu jenis bank atau penawarannya. Masyarakat bebas untuk memilih bank mana yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Pengembangan produk dapat menjadi keunggulan tersendiri bagi bank syariah di daerah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat setempat. Jika bank syariah mampu membaca potensi daerah sekitar maka bank tersebut akan terus berkembang dan dapat memenuhi keinginan masyarakat tersebut. Kondisi ini tidak lepas dari suport Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bersemangat dan kreatif di daerah sana agar dapat bersaing di skala global. Dewan Pengawas Syariah bertugas sebagai pengawas, penasihat, motivasi, dan bimbingan konseling. Sebagai bagian dari perencanaan masyarakat, DPS juga menjadi mitra dalam

memperluas kuantitas dan kualitas industri keuangan syariah melalui pendidikan publik dan komunikasi massa.<sup>17</sup>

### c. Tujuan dan Tahapan Pengembangan Produk

Menurut Buchari Alma (2000), tujuan adanya pengembangan produk yaitu untuk memenuhi keinginan pembeli yang masih belum puas, untuk meningkatkan keuntungan perusahaan, untuk memenangkan persaingan dan meningkatkan penjualan, serta mencegah rasa bosan dari para konsumen. Agar kegiatan pengembangan produk berjalan baik dan sesuai dengan yang direncanakan, maka perlu memperhatikan tahapan dalam melakukan pengembangan produk.

Menurut Kotler (2002), tahapan dalam pengembangan produk yakni sebagai berikut :

#### 1) Pemunculan Gagasan

Pengembangan produk biasanya berasal dari pencarian ide. Ide pengembangan produk dapat muncul dari berbagai sumber, diantaranya bisa melalui manajer pengembangan yang inovatif, konsumen, pesaing, pegawai, dan juga bisa melalui saluran pemasaran dan manajemen puncak.

#### 2) Penyaringan Gagasan

Ada tiga kategori yang dapat diterapkan pada ide-ide yang dikemukakan oleh pihak-pihak tersebut, diantaranya yakni ide yang menjanjikan, ide yang biasa-biasa saja, dan ide yang ditolak. Perusahaan harus memperhatikan dua kesalahan yang sering terjadi saat menyaring ide-ide tersebut. Pertama, kesalahan yang sering terjadi saat penyaringan ide adalah perusahaan membuang ide yang menjanjikan karena tidak ada gambaran yang jelas tentang potensi dari ide tersebut. Kedua, kesalahan jalan terus maksudnya dimana sebuah perusahaan mengimplementasikan ide yang tidak menguntungkan meskipun telah dikembangkan. Jika hal ini dijalankan terus, bisa menyebabkan produk yang diproduksi mungkin mengalami kegagalan pasar.

#### 3) Pengembangan dan Penyajian Konsep

Ide yang bagus harus dikembangkan menjadi ide yang dapat diuji. Gagasan produk biasanya membahas mengenai

---

<sup>17</sup> Nicki Pratiwi, "Strategi Bank Syariah Dalam Menghadapi Pengembangan Produk Gadai Emas: Studi Kasus di Bank BRI Syariah," *Jurnal Nisbah*, no. 1 (2009): 16.

produk yang akan ditawarkan oleh perusahaan ke pasar. Sedangkan konsep produk adalah bentuk poin demi poin suatu ide yang digambarkan dalam kata-kata yang penting bagi konsumen.

4) Pengembangan Strategi Pemasaran

Agar dikenal oleh pelanggan, pelaku bisnis yang mengembangkan produknya lewat strategi pemasaran harus memperkenalkannya ke pasar. Saat produknya dikenalkan ke pelanggan, pelaku bisnis fokus pada tiga aspek penting. Pertama, mengembangkan strategi guna memposisikan produk yang diinginkan, seperti: penjualan dan pangsa pasar di tahun mendatang. Serta memahami tentang ukuran, struktur, dan perilaku pasar sasaran. Kedua, membuat rencana pengeluaran di tahun pertama, seperti; strategi distribusi dan harga produk. Ketiga, selama jangka waktu yang telah ditentukan harus bisa menerangkan penjualan jangka panjang, seperti; keuntungan yang diinginkan dan memahami strategi bauran pemasaran.

5) Analisis Bisnis

Setelah manajemen mengembangkan ide produk dan strategi pemasarannya, maka manajemen dapat mengevaluasi daya tarik bisnisnya. Manajemen perlu merencanakan persiapan proses penjualan, biaya, dan laba untuk memutuskan apakah mereka dapat memenuhi target dari perusahaan tersebut atau tidak. Jika sudah memenuhi maka ide tersebut dilanjutkan ke tahap selanjutnya yakni pengembangan produk.

6) Pengembangan Produk

Konsep produk dapat dilanjutkan ke bagian rekayasa produk untuk dikembangkan menjadi produk yang nyata jika telah lolos uji bisnis.

7) Pengujian Pasar

Pada titik ini, produk akan diberikan nama atau merek, kemasan, dan rencana bagaimana reaksi pelanggan ketika menggunakan atau membeli produk, dan seberapa besar penilaian pasarnya. Jumlah pengujian pasar akan ditentukan oleh dua faktor yaitu waktu dan biaya penelitian. Karena keduanya terkait dengan risiko dan biaya investasi.

8) Tahap Komersialisasi

Perusahaan sebagai produsen akan memutuskan kapan produk akan dirilis ke pasar pada tahap ini. Kapan, siapa,

dan bagaimana produk tersebut dijual, semuanya berada di bawah kendali manajemen pada saat ini.<sup>18</sup>

#### **d. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Produk**

##### 1) Faktor Pendukung

Beberapa faktor yang harus dipertimbangkan oleh suatu perusahaan dalam melakukan pengembangan produk agar tercapainya pengembangan produk yang berhasil. Menurut Stanton, faktor pendukung dalam pengembangan produk yakni sebagai berikut :

##### a) Perkembangan Teknologi

Perusahaan dapat menggunakan alat produksi baru yang bisa digunakan untuk menghasilkan atau meningkatkan produk sebagai akibat dari kemajuan teknologi. Sehingga memperoleh peningkatan kualitas dan produksi produk.

##### b) Persaingan

Adanya persaingan ketat pada perusahaan yang semacam bisa membangkitkan suatu perusahaan akan berusaha untuk memperbaiki produknya dengan tujuan dapat berkompetisi dengan produk lawan.

##### c) Siklus hidup produk yang pendek

Ketahanan produk yang pendek akan memotivasi perusahaan untuk terus menumbuh kembangkan barangnya agar pelanggan tidak merasa jenuh dengan item yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

##### d) Perubahan selera konsumen

Rubahnya selera pelanggan biasanya dipengaruhi oleh besarnya gaji, jumlah pertambahan masyarakat, tingkat pendidikan, serta loyalitas pembeli produk yang berhubungan.

##### e) Adanya jumlah produk berlebih

Dengan menambahkan jumlah mesin yang ada di perusahaan, maka perusahaan berjuang demi memanfaatkan kelebihan tersebut guna untuk memproduksi produk perusahaan.

##### f) Keinginan untuk meningkatkan laba

Setiap perusahaan pasti berkeinginan untuk menguatkan kedudukan produknya dan perluasan pasar

---

<sup>18</sup> Mahmudatus Sa'diyah, "Pengembangan Produk-Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Equilibrium*, no. 1 (2014): 161.

dari suatu produk tersebut agar dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan.

## 2) Faktor Penghambat

Menurut Kotler dan Keller, menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang menjadi penyebab terkendalanya proses pengembangan produk, yaitu:

- a) Kekurangan ide mengenai produk baru
- b) Pasar yang terbagi-bagi karena persaingan yang ketat
- c) Mahalnya proses pengembangan produk baru
- d) Kendala sosial dan pemerintah
- e) Modal yang masih kurang
- f) Siklus hidup produk yang singkat
- g) Waktu pengembangan yang lebih singkat.<sup>19</sup>

## 2. Bank Syariah

### a. Pengertian Bank Syariah

Perbankan Syariah adalah lembaga keuangan yang menyediakan layanan jasa keuangan dan beroperasi berdasarkan sistem dan prinsip syariah, khususnya yang bebas dari unsur *riba* (bunga), unsur perjudian (*maysir*), unsur ketidakpastian atau meragukan (*gharar*), dan hanya membiayai atau mendanai kegiatan usaha yang halal. Bank syariah secara aktif berpartisipasi dalam mencapai tujuan ekonomi syariah berdasarkan kesejahteraan sosial, selain menghindari riba. Karena sistem bunga (*riba*) secara gamblang dilarang dalam Al-Qur'an. Sesuai dengan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Bank syariah adalah bank yang aktivitas usahanya berdasarkan prinsip syariah atau merujuk pada hukum Islam yang tertata dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), seperti; prinsip keadilan dan keseimbangan (*adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), bersifat universal, dan tidak mengandung *maysir*, *gharar*, *riba*, atau barang haram lainnya. Selain itu, bank syariah juga mengerjakan peran sosial seperti lembaga *baitul maal* dengan menyerahkan dana dari zakat, *infaq*, hibah, dan asset sosial lainnya kepada pengelola wakaf sesuai dengan petunjuk pemberi wakaf.

*Riba* adalah mengambil tambahan yang dapat memberatkan pembayaran yang mesti dibayarkan bagi peminjam kepada pemberi pinjaman meskipun pemenuhan

---

<sup>19</sup> Muchlisin Riadi, "Pengembangan Produk (Pengertian, Tujuan, Strategi, dan Tahapan)" diakses pada 24 Juli 2022, <https://www.kajianpustaka.com/2020/03/pengembangan-produk.html>

pokok baru-baru ini diselesaikan. Menurut Saeed (1996) riba adalah mengambil imbuhan dari harta pokok atau kekayaan secara tidak benar. Dikatakan tindakan tercela, karena pemilik dana mengharuskan peminjam untuk menyetor lebih dari yang dipinjam tanpa menghiraukan apakah peminjam tersebut memperoleh keuntungan atau mendapati kemalangan dari bisnisnya itu. Selain menghindari sistem riba bank syariah juga menghindari sistem maysir. Adapun pelarangan praktek riba tertuang dalam Al-Qur'an (QS. Al-Baqarah : 275).

*Maysir* adalah kegiatan atau tindakan untuk mendapatkan sesuatu dengan terlalu gampang tanpa susah payah atau mendapat keuntungan tanpa bekerja. Dalam agama Islam maysir adalah segala sesuatu yang memuat unsur-unsur perjudian, taruhan, atau tipuan. Semua bentuk judi diharamkan dalam Islam secara bertahap. Pertama, judi merupakan tindakan jelek yang menyimpan mudharat (dosa) yang lebih besar dari pada keuntungannya. Tahap selanjutnya yaitu judi dan taruhan di segala jenisnya dilarang karena dipandang sebagai kelakuan dzalim dan sangat dibenci. Menurut Shiddiqi (1985), selain melarang segala bentuk judi hukum Islam juga melarang segala pekerjaan bisnis yang memuat unsur judi. Selain melarang maysir atau perjudian, bank syariah juga melarang gharar atau ketidakpastian. Adapun pelarangan kegiatan maysir tertuang dalam Al-Qur'an (QS. Al-Maidah : 91).

*Gharar* adalah bentuk transaksi perniagaan yang mengandung faktor ketidakjelasan, pembohongan, atau kebusukan. Dalam dunia bisnis, gharar adalah mengoperasikan suatu bisnis tanpa mengantongi rencana yang jelas, tidak memiliki informasi yang memadai tentang bisnis tersebut, atau menjalankan suatu bisnis yang tidak diketahui dengan pasti resiko yang ditimbulkan dari bisnis tersebut. Segala bentuk transaksi ekonomi yang mengandung unsur ketidak jelasan dalam harga, kualitas, fisik produk, serta penipuan termasuk dalam kategori gharar. Dalam semua bentuk gharar, kedudukan sama-sama rela hanyalah bersifat sementara artinya kondisinya belum mampu memuaskan pihak tertentu. Jika suatu saat ketika keadaannya sudah menjadi jelas, salah satu pihak (penjual atau pembeli) akan mengalami ketidakadilan walaupun pada awalnya tidak demikian. Misalnya, perdagangan barang yang belum ditangan penjual (seperti buah-buahan yang belum matang, ikan atau burung yang belum ditangkap, dan hewan

yang masih dalam kandungan). Adapun pelarangan kegiatan gharar tertuang dalam Al-Qur'an (QS. Al-Baqarah : 188).<sup>20</sup>

Pelajaran yang dapat kita ambil dari pelarangan riba adalah mengajarkan kita untuk mengakui kesetaraan pemilik barang bisnis dan bertanggung jawab mengambil resiko serta menghadapi konsekuensinya. Dalam Islam, keadilan tidak berpihak pada satu pihak ketika kedua belah pihak berada dalam posisi yang adil. Bank syariah juga menggunakan prinsip bagi hasil dalam usahanya dan menjadi landasan utama bagi seluruh kegiatannya, mulai dari perolehan dana sampai penyaluran dana. Pembiayaan adalah proses penyaluran dana dalam perbankan syariah dengan prinsip bagi hasil. Bank syariah dapat menghimpun dana dan menyalurkan pembiayaan dengan berbagai cara. Dalam menghimpun dana bank syariah dapat menggunakan prinsip ijarah atau prinsip wadiah. Sedangkan prinsip jual beli dan sewa guna usaha digunakan untuk penyaluran pembiayaan. Sementara itu, bank syariah juga menawarkan berbagai tambahan layanan keuangan, seperti; *kafalah, wakalah, hiwalah, rahn, qardh, sharf, dan ujr* adalah semua bentuk perlindungan kepada nasabah.

#### **b. Prinsip-Prinsip Bank Syariah**

Kuangan syariah saat ini sangat penting bagi perekonomian bangsa Indonesia. Terbukti dari berbagai sumber yakni mulai dari investasi syariah sampai layanan perbankan. Agar bisa mengetahui prinsip apa saja yang digunakan oleh perbankan syariah di Indonesia. Berikut ini prinsip-prinsip bank syariah.

##### 1) *Ta'awun*

*Ta'awun* atau kemitraan adalah salah satu prinsip yang dimiliki oleh bank syariah dalam menjalin hubungan dengan nasabahnya. Tujuan utama prinsip ini adalah untuk membantu keuangan masyarakat dan menunjukkan tidak ada manfaat riba yang diberikan. Prinsip sistem keuangan Islam menunjukkan penekanan yang lebih besar pada manfaat. Sehingga dengan prinsip kemitraan ini dapat menguntungkan kedua belah pihak dan menuai manfaat bersama-sama tanpa merugikan salah satu pihak.

---

<sup>20</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001).

## 2) Kemaslahatan

Prinsip berikutnya adalah kemaslahatan. Maksudnya kemaslahatan keuangan syariah akan mengutamakan manfaat. Misalnya, bank syariah menempatkan nilai tinggi pada manfaat kegiatan berbasis syariah. Lembaga keuangan syariah tidak akan menempatkan keuntungan di atas segalanya. Meskipun semakin besar keuntungan semakin baik, ini sebanding dengan investasi yang konsepnya memungkinkan untuk untung meskipun cara sederhana.

3) *Tawazun*

Tawazun berarti kesatuan, maksudnya adalah bahwa nasabah dan lembaga keuangan merupakan satu kesatuan. Keduanya dianggap satu dan berkolaborasi karena lembaga keuangan syariah menganut prinsip syariah yang tidak akan menawarkan keuntungan yang mengandung riba. Melainkan konsepnya adalah bagi hasil kedua belah pihak karena kedua belah pihak berusaha untuk mendapatkan keuntungan dari yang lain.

## 4) Keuangan Syariah Saling Ridho

Hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan akan didasarkan pada kesenangan bersama. Baik bank dan nasabah dengan senang hati mematuhi perjanjian hubungan yang telah ditetapkan atau hubungan yang tidak terdapat paksaan. Mereka akan dibayar karena mereka semua memegang kedudukan yang sama. Kenikmatan ini merupakan prinsip penting dalam menjaga hubungan harmonis antara lembaga keuangan dan nasabahnya. Setelah beberapa waktu, instrumen keuangan syariah yang dipilih akan diubah menjadi asset yang akan memberikan manfaat sesuai dengan ketentuan.

5) *Rahmatan lil 'Alamiin*

Prinsip ekonomi perbankan syariah sebenarnya sederhana untuk diterapkan. Universal atau rahmatan lil alamiin adalah salah satunya karena perlu dipahami bahwa lembaga keuangan syariah bukan hanya untuk umat Islam saja. Lembaga keuangan yang berbasis syariah memungkinkan siapa saja untuk menggunakan layanannya. Hanya saja pelanggan harus tahu apa aturannya dan mau mengikutinya. Prinsip dasar keuangan Islam adalah bahwa

manfaat harus didahulukan. Adapun besaran manfaat yang dapat diperoleh sangat bervariasi dari orang ke orang.<sup>21</sup>

### c. Produk-Produk Bank Syariah

Sama seperti bank pada umumnya, bank syariah juga menyediakan layanan perbankan kepada nasabahnya. Tetapi yang membedakan dengan bank konvensional adalah cara menetapkan harga jual dan beli. Tentunya produk yang ditawarkan sesuai dengan syariah, seperti halnya layanan yang diberikan kepada nasabah. Berikut adalah jenis produk bank syariah yang ditawarkan kepada nasabahnya, sebagai berikut :

#### 1) *Al-Wadi'ah* (Titipan)

*Al-Wadi'ah* adalah simpanan murni yang patut dijaga dan dikembalikan setiap kali diminta oleh penabung, itu dapat dilakukan oleh individu atau badan hukum. Penerima titipan disebut sebagai *yad al-amanah* yang artinya penabung tidak konsekuensi atas kemusnahan titipan sepanjang tidak ditimbulkan oleh kecerobohan atau kelalaian dalam memelihara barang titipan.

#### 2) Bagi Hasil

Di bank konvensional, penyaluran dana sering disebut kredit. Namun di bank syariah, penyaluran dana disebut pembiayaan. Berbeda dengan bank syariah, dimana tidak ada istilah bunga tetapi bank syariah memanfaatkan prinsip bagi hasil. Sedangkan di bank konvensional dalam menyalurkan pinjamannya memakai sistem bunga. *Al-musyarakah*, *al-mudharabah*, *al-muzara'ah*, dan *al-musaqah* adalah prinsip bagi hasil yang digunakan bank syariah untuk pembiayaan.

#### 3) *Al-Murabahah* (Jual Beli)

*Al-Murabahah* adalah usaha jual beli dengan disepakati harga dasar dan keuntungan di awal. Maksudnya, penjual menginformasikan terlebih dahulu kepada pembeli tentang harga dasar barang dan keuntungan yang diinginkan.

#### 4) *As-Salam*

*As-Salam* adalah membeli barang yang diserahkan belakang hari dengan membayar di muka. Aturan yang harus diikuti adalah memahami terlebih dahulu hukum pembayaran awal dan jenis, kualitas, serta jumlah barang.

---

<sup>21</sup>Ahmad Muqorobin Eko Nur Cahyo, "Parameter Pengembangan Produk-Produk Perbankan Syariah dengan Pendekatan Maqasid Syariah," *Journal Islamic Economics*, no. 2 (2019).

5) *Al-Istihna'*

Karena *al-istihna* merupakan salah satu bentuk khusus dari akad *as-salam*. Maka ketentuannya mengikuti aturan *as-salam* yang mana harga dan cara pembayarannya di muka. Pembayarannya tergantung kesepakatan, bisa dicicil atau sekaligus dan harga dapat dinegosiasikan.

6) *Al-Ijarah* (Leasing)

*Al-Ijarah* adalah pemindahan hak pakai atas barang atau jasa tanpa terpindahnya kepemilikan barang itu sendiri melalui sewa upah. Baik untuk sewa finansial maupun sewa operasi, kegiatan ini dilakukan oleh perusahaan leasing.

7) *Al-Wakalah* (Amanat)

*Al-Wakalah* adalah pemberian amanat oleh satu pihak ke pihak lain dan perintah tersebut harus diikuti oleh pihak yang diberi mandat.

8) *Al-Kafalah*

*Al-Kafalah* adalah ketika salah satu pihak mengalihkan tanggung jawab ke pihak lain atau memberikan jaminan kepada pihak ketiga agar pihak kedua atau yang ditanggung dapat memenuhi kewajibannya. Pembiayaan dengan jaminan orang lain dapat dilakukan dalam industri perbankan.

9) *Al-Hawalah*

*Al-Hawalah* adalah pemindahan utang dari orang yang mempunyai utang kepada orang lain yang bisa menanggungnya. Dengan kata lain memindahkan tanggungan utang dari satu individu ke individu lainnya yang bisa menanggung hutang tersebut atau di dunia keuangan biasa dikenal dengan anjak piutang.

10) *Ar-Rahn* (Gadai)

*Ar-Rahn* adalah tindakan menawan barang jaminan penggadai guna untuk mendapatkan dana dari pemberi pinjaman.<sup>22</sup>

### 3. Gadai Emas Syariah

#### a. Pengertian Gadai Syariah

Gadai (*Rahn*) secara bahasa artinya tetap, jaminan, abadi. Dari segi istilah, *rahn* adalah memegang barang sebagai jaminan utang. Akad *rahn* adalah perjanjian pinjaman yang mencakup jaminan untuk hak asuh barang peminjam sebagai

---

<sup>22</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002),179-190.

jaminan atas pinjaman. Apabila peminjam telah melunasi utangnya, barang yang digadaikan dapat dikembalikan. Kepercayaan pemberi pinjaman kepada peminjam adalah tujuan dari akad rahn. Pihak yang menggadaikan barang bertanggung jawab atas pemeliharaan dan penyimpanannya. Tetapi pihak yang mendapatkannya mungkin juga bertanggung jawab untuk melakukannya.<sup>23</sup>

Gadai emas di bank syariah adalah salah satu pembiayaan yang bertumpu pada agunan berupa emas baik batangan maupun perhiasan. Cara ini dapat dijadikan sebagai alternatif untuk mendapatkan uang tunai dengan cepat, mudah, dan aman. Dibandingkan dengan barang gadai lainnya, gadai emas memiliki keunggulan tersendiri. Hal ini dikarenakan emas merupakan logam berharga dengan nilai yang tinggi dan harga yang relatif stabil. Emas perhiasan merupakan salah satu bentuk emas yang bisa dengan mudah dimiliki oleh seseorang. Dengan begini seseorang dapat menggadaikan emas tersebut ke bank syariah atau lembaga keuangan lainnya saat membutuhkan dana dengan cepat. Di bank syariah, gadai emas dikenakan biaya penitipan. Adapun besarnya biaya penitipan emas, bank syariah menggunakan akad ijarah. Nasabah berkewajiban membayar utang pada saat jatuh tempo atau barang jaminan yang digadaikan akan dilelang jika nasabah tidak dapat memenuhi kewajibannya. Setelah itu, biaya pemeliharaan dan pelunasan hutang akan dibayar dengan uang hasil penjualan barang tersebut. Nasabah menerima selisih kelebihan antara jumlah utang dan harga jual agunan. Namun, jika kurang nasabah wajib mengganti kekurangannya.

Dalam *Rahn*, pihak penerima gadai tidak dapat langsung memperoleh barang yang digadaikan sebagai ganti piutang. Dengan kata lain, akad rahn hanya berfungsi sebagai pengikat jaminan utang bagi pemberi pinjaman. Manfaat yang bisa diambil dari prinsip rahn oleh bank adalah sebagai berikut :

- 1) Mengawasi kemungkinan nasabah abai atau bermain-main dengan sarana pembiayaan yang telah dialokasikan oleh bank syariah.
- 2) Memberikan ketenangan bagi seluruh nasabah dan pemegang deposito bahwa dana atau modalnya tidak akan sirna begitu saja, karena jika ada nasabah peminjam yang

---

<sup>23</sup> Arif Effendi, “Gadai Syariah dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi tentang Layanan Syariah Rahn pada Pegadaian),” *Jurnal Wahana Akademika*, no. 1 (2013).

ingkari janji bank masih memiliki barang jaminan yang diberikan oleh si peminjam pada saat meminjam kepada pihak bank.

Akad rahn, akad qardh, dan akad ijarah adalah tiga akad yang digunakan dalam praktek gadai emas syariah di Indonesia. Menurut Fatwa DSN-MUI/III/2002 tentang rahn emas bahwa semua biaya yang terkait dengan penyimpanan barang adalah tanggung jawab penggadai. Adapun biaya pelayanan ditentukan oleh biaya yang sebenarnya. Kesimpulannya adalah bahwa lembaga keuangan syariah tidak boleh menghasilkan keuntungan tambahan dari biaya pemeliharaan barang jaminan tersebut atau dengan kata lain biaya yang dibebankan memang biaya yang benar-benar diperlukan.<sup>24</sup>

**b. Dasar Hukum Gadai Syariah (Rahn)**

Para ulama fiqh sepakat (ijma') bahwa gadai diperbolehkan dalam Islam berdasarkan pada Al-Qur'an, as-sunnah, dan hukum lainnya yang membahas tentang gadai, sebagai berikut :

1) Al-Qur'an

Surat Al-Baqarah ayat 283, Allah berfirman :

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ ۗ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ ۗ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۝ ﴾

Artinya :

*“Dan Jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barangsiapa menyembunyikannya,*

<sup>24</sup> Sutan Remy Sjahdeini, *Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya* (Jakarta: Kencana, 2014), 355-356.

*sunnguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”*

2) Sunnah

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى  
أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

Artinya:

“*Sesungguhnya Nabi Shallallahu ‘alaihi wa salam membeli makanan dari seorang Yahudi dan menjaminkan kepadanya baju besi.*” (HR al Bukhari, no. 2513 dan Muslim, no. 1603).<sup>25</sup>

3) Dasar Hukum Dewan Syariah Nasional

- a) Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn
- b) Fatwa DSN-MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas

**c. Rukun dan Syarat Gadai Syariah (*Rahn*)**

Adapun rukun dan syarat dalam gadai syariah yakni sebagai berikut :

1) Rukun Gadai Syariah

- a) Orang yang berakad, *Rahin* (orang yang gadai) dan *Murtahin* (orang yang menerima gadai).
- b) Ijab Qabul (*Sighat*)
- c) Barang jaminan (*Marhun*)
- d) Hutang/ pinjaman (*Marhun Bih*)

2) Syarat Gadai Syariah

- a) Pihak yang bertransaksi (*Aqid*)

Pihak yang bertransaksi dalam gadai yakni Rahin (orang yang menggadaikan) dan Murtahin (orang yang menerima gadai). Adapun syarat Rahin yakni orang yang sudah dewasa, berakal, dapat dipercaya, dan mempunyai barang yang digadaikan. Sedangkan syarat bagi Murtahin yakni biasanya pihak bank atau lembaga yang dapat dipercaya oleh rahin untuk memperoleh dana dengan barang jaminan tersebut.

---

<sup>25</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), 120-121.

b) Ijab Qabul (*Sighat*)

Ijab qabul adalah perjanjian antara rahin (orang yang menggadaikan) dan murtahin (orang yang menerima gadai) dalam melakukan transaksi gadai.

c) Barang yang digadaikan (*Marhun*)

Barang yang digadaikan harus memenuhi syarat dalam Islam, adapun sebagai berikut :

d) Jaminan harus bernilai dan mengandung manfaat

e) Jaminan harus mampu dijual dan jumlahnya sepadan dengan besarnya hutang

f) Jaminan harus spesifik dan jelas (hendaklah diputuskan secara jelas pada saat akad)

g) Barang jaminan harus milik sendiri

h) Jaminan wajib harta yang utuh bukan ada di beberapa lokasi

i) Jaminan yang diserahkan pada pihak lain bisa materi maupun faedahnya.

j) Hutang (*Marhun Bih*)

Utang adalah kewajiban seseorang yang berhutang buat membayar ke pihak yang memberikan piutang. Utang harus bisa dimanfaatkan, jika tidak bermanfaat maka tidak sah dan barang tersebut dapat dihitung jumlahnya.<sup>26</sup>

**d. Perbedaan Gadai Konvensional dan Gadai Syariah (*Rahn*)**

Adapun perbedaan antara gadai konvensional dengan gadai syariah, sebagai berikut :

1) Gadai syariah dilakukan secara ikhlas atau tolong menolong dan dalam mencari keuntungan berasal dari biaya jasa penitipan, sedangkan gadai konvensional dalam mencari keuntungan dengan bunga.

2) Jika gadai syariah uang kelebihan penjualan barang jaminan tidak diambil kurun waktu 1 tahun oleh nasabah, maka uang tersebut akan dimasukkan ke dana zakat. Sedangkan gadai konvensional uang kelebihan penjualan akan menjadi milik perusahaan.

3) Gadai syariah dalam menentukan pemberian banyaknya pinjaman dan beban pemeliharaan bersandarkan pada taksiran emas yang dibuat jaminan. Sedangkan gadai

---

<sup>26</sup> Musa, "Gadai Emas Perspektif Kepatuhan Syariah dan Hukum di Indonesia," *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, no. 2 (2020).

konvensional dalam menentukan bunga berdasarkan jumlah pinjaman.<sup>27</sup>

**B. Penelitian Terdahulu**

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| Nama Peneliti       | Judul   | Hasil Penelitian   |
|---------------------|---|--|
| Aslikhah            | Implementasi Pembiayaan Gadai Emas dalam Akad Rahn : Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri KCP Pasuruan | Gadai emas di Bank Syariah Mandiri dulunya masih menggunakan fee terhadap pinjaman sebesar 4% yang dialokasikan sebagai pendapatan yang diberikan kepada deposan dan biaya administrasi yang didalamnya terdapat asuransi. Di dalam operasionalnya pihak bank menggunakan akad rahn. <sup>28</sup> |
| Eris Tri Kurniawati | Analisis Pengaruh Transaksi Gadai Emas Terhadap Tingkat Keuntungan Bank Syariah                       | Kontribusi fee rahn berpengaruh positif terhadap kenaikan laba bersih bank sebesar 21,08%. Memang tidak besar karena bukan pendapatan <i>core finance product</i> , seperti pendapatan margin atau bagi hasil dari produk utama pembiayaan bank syariah. <sup>29</sup>                             |
| Abd Rauf AR Barri   | Gadai Emas Pada Lembaga Keuangan Syariah  | implementasi gadai emas berkah iB pada Bank Syariah Sulselbar telah sesuai dengan prinsip syariah. Dalam pemberian pembiayaan gadai emas Bank syariah Sulselbar menggunakan akad Qardh dan akad Ijarah, yang mana akad Qardh digunakan   |

<sup>27</sup> Febri Gunawan, dkk., “Studi Komparatif antara Gadai Konvensional dan Gadai Syariah (Rahn),” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, no. 1 (2022).

<sup>28</sup> Aslikhah, “Implementasi Pembiayaan Gadai Emas dalam Akad Rahn: Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri KCP Pasuruan,” *An-Nisbah Jurnal Perbankan Syariah* 1, no. 2 (2020).

<sup>29</sup> Eris Tri Kurniawati, “Analisis Pengaruh Transaksi Gadai Emas Terhadap Tingkat Keuntungan Bank Syariah,” *Jurnal Ekonomika-Bisnis* 4, no. 1 (2013): 51.

|                   |  |  |
|-------------------|--|--|
|                   |  | <p>untuk perjanjian pinjaman antara nasabah dengan pihak bank. Sedangkan akad Ijarah digunakan untuk biaya penitipan barang gadaian selama waktu yang telah disepakati. Akad yang dilakukan Bank Syariah Sulselbar mengacu pada Fatwa DSN-MUI No. 92/DSN/MUI/IV/2014 tentang pembiayaan yang disertai Rahn.<sup>30</sup></p>   |
| Faridatun Sa'adah | <p>Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pengadaian Syariah</p> | <p>Strategi pemasaran yang dijalankan oleh Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika terhadap produk gadai syariah meliputi 4 variabel bauran pemasaran. Pertama, strategi produk melalui pengembangan produk yang dinamai ARRUM (Ar-Rahn Untuk Usaha Mikro Kecil). Kedua, strategi harga dengan cara memotong tarif ijarah dari Rp 85 menjadi Rp 80 setiap Rp 10.000 nilai taksiran. Ketiga, strategi distribusi yakni mendirikan kantor cabang yang mudah dijangkau nasabah. Keempat, strategi promosi yakni melalui periklanan berupa pembagian brosur, memasang spanduk, pemberian souvenir. Selain itu Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika juga mengadakan kegiatan sosial pada saat acara besar seperti pada saat ulang tahun pegadaian. Selain kegiatan sosial pegadaian juga</p> |

<sup>30</sup> Abd Rauf AR Barri, "Gadai Emas Pada Lembaga Keuangan Syariah," *al-Khianaf Journal of Islamic Economic and Business* 1, no. 2 (2019): 87.

|                                |  |  |
|--------------------------------|--|--|
|                                |  | mensosialisasikan pada ibu-ibu pengajian melalui karyawannya. <sup>31</sup>  |
| Ahmad Mukhlisin & Aan Suhendri | Strategi Pengembangan Produk Bank Syariah Di Indonesia | Bank syariah diharapkan bisa memberikan berbagai pilihan kepada nasabah dalam mendapatkan pinjaman yang tidak tertuju pada satu jenis produk pembiayaannya pada bank tersebut. Jika bank syariah dapat mengembangkan produknya maka bank syariah dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di wilayah tersebut. Kondisi ini tergantung dari Dewan Penasehat Syariah yang harus aktif dan inovatif. Serta strategi pemasaran produk harus dilaksanakan dengan aliansi strategis melalui media massa dan kegiatan ( <i>event organizer</i> ) lainnya berupa pameran ( <i>expo</i> ) agar produk tersebut dikenal oleh masyarakat luas. <sup>32</sup> |

**C. Kerangka Berfikir**

Menurut Pasal 1150 KUH Perdata, gadai adalah hak yang diperoleh orang yang mempunyai piutang atas barang bergerak. Harta tersebut diserahkan kepada individu yang berpiutang oleh individu yang berhutang sebagai jaminan atas utangnya tersebut. Seorang yang berhutang memasrahkan kekuasaan atas jaminan tersebut kepada pemberi hutang untuk memanfaatkan barangnya yang telah diserahkan untuk memenuhi kewajibannya jika orang yang berhutang tidak dapat memenuhi janjinya dalam perjanjian di awal.<sup>33</sup>

Gadai emas syariah (*Rahn*) adalah pelimpahan kewenangan penguasaan atas barang bernilai berupa emas (perhiasan atau emas

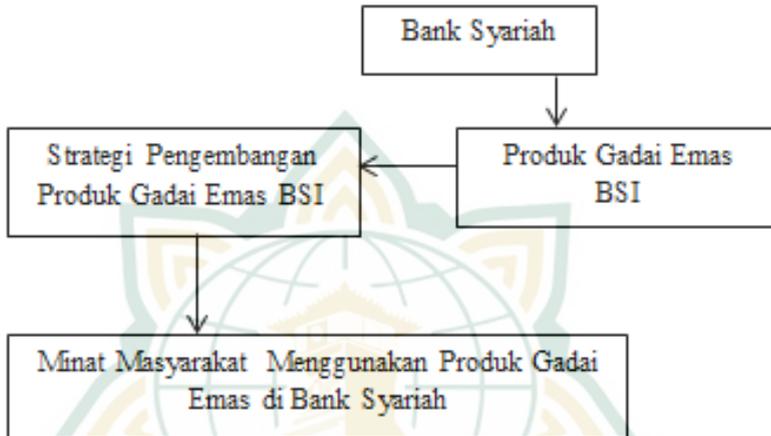
<sup>31</sup> Faridatun Sa'adah,"Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah," *Jurnal al-Iqtishad* 1, no. 2 (2009): 82.

<sup>32</sup> Ahmad Mukhlisin & Aan Suhendri,"Strategi Pengembangan Produk Bank Syariah Di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Syariah*, no. 2 (2018): 198.

<sup>33</sup> Muhammad Abrar Hutagalung,"Analisa Pembiayaan Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri KCP Setia Budi," *Jurnal Al-Qasd*, no. 1 (2016).

batangan) dari nasabah kepada bank sebagai pengikat atas pembiayaan yang diterima. Gadai emas merupakan jalan keluar yang jitu dalam memperoleh dana yang bersifat mendesak yang sesuai pada pedoman syariah.<sup>34</sup>

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**



#### **D. Pertanyaan Penelitian**

1. Pertanyaan Penanggung Jawab Officer Gadai
  - a. Sejarah singkat berdirinya bank syariah KCP Jepara ?
  - b. Bank syariah ini cabang ke berapa ?
  - c. Visi dan Misi bank syariah ?
  - d. Bagaimana struktur organisasi banksyariah KCP Jepara ?
  - e. Berapajumlah pegawai/karyawanndi bank syariah KCP Jepara ?
  - f. Produk apa saja yang palingndiminati oleh nasabah ?
  - g. Pelayanan apa saja yang ditawarkan oleh bank syariah KCP Jepara untuk nasabahnya ?
  - h. Apakah hanyannasabah beragama Islam saja yangndiperbolehkan menggadaikan emasnya di bank syariah KCP Jepara ?
  - i. Sudah berapa lama bank syariah KCP Jepara menawarkan layanan gadai emas berbasis syariah ?

<sup>34</sup> Karomatus Ni'mah, dkk. "Pengaruh Marketing, Nilai Taksiran dan Biaya Titip pada Gadai Emas Terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Tuban," *Jurnal Lisan Al-Hal*, no. 1 (2020).

- j. Apa kendala/hambatan yang sering bapak/ibu alami dalam melayani nasabah yang mau menggadaikan emasnya di bank syariah ?
  - k. Apa saja faktor pendukung yang mempengaruhi produk gadai emas di bank syariah diminati oleh masyarakat ?
  - l. Bagaimana cara bank syariah untuk menangani nasabah gadai emas yang bermasalah?
  - m. Strategi pemasaran apa yang digunakan oleh bank syariah dalam menarik minat nasabah ?
  - n. Strategi pengembangan apa yang dilakukan oleh bank syariah dalam upaya mengembangkan produk gadai emasnya ?
2. Pertanyaan Penaksir Gadai
    - a. Syarat apa saja yang harus dipenuhi oleh calon nasabah yang ingin mengadaikan emas di bank syariah ?
    - b. Apakah ada ketentuan tentang jumlah emas yang akan digadaikan (misalnya berapa karat/ berapa gram) ?
    - c. Apakah ada ketentuan jenis emas yang diperbolehkan dalam gadai emas di Bank BSI KCP Jepara ?
    - d. Akad apa saja yang digunakan dalam produk gadai emas di Bank BSI KCP Jepara ?
    - e. Berapa jangka waktu yang diberikan pihak bank kepada nasabah ?
    - f. Bagaimana perkembangan jumlah nasabah gadai emas di Bank BSI KCP Jepara dari tahun ke tahun ?
    - g. Bagaimana cara menaksir emas ?
    - h. Bagaimana cara menghitung pembiayaan gadai emas di Bank BSI KCP Jepara ?
  3. Pertanyaan Nasabah
    - a. Apa yang anda ketahui tentang produk gadai emas ?
    - b. Apa alasan anda tertarik untuk menggadaikan emas di Bank BSI?
    - c. Sebelum anda menjadi nasabah gadai emas di bank BSI dari mana anda mengetahui tentang gadai emas di Bank BSI ?
    - d. Apa saja syarat yang anda siapkan untuk proses gadai emas di Bank BSI ?
    - e. Adakah kendala yang mungkin anda hadapi selama melakukan proses gadai emas di bank BSI ?
    - f. Adakah solusi/saran yang anda ingin sampaikan guna mengatasi kendala yang dihadapi dan seberapa efektif solusi/saran itu untuk menyelesaikan persoalan tersebut ?